

КОСМОПОЛИТИЗМ ОНЛАЙН-СОЦИАЛЬНОСТИ: ВЫЗОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ?

Мухтарбек Шайкемелев

В небольшой статье не представляется возможным провести полноценный анализ форм социальности, генерируемых Интернетом и виртуальными сообществами Казнета, отражающий стремительно растущий сегмент казахстанского информационного пространства. В контексте онлайн (сетевой) проблематики в результате взаимодействия различных этнических и социальных групп вырастает новая исследовательская тематика – воздействия новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на социально-политические, стратификационные, межэтнические и др. взаимоотношения внутри казахстанского общества; их воздействия на индивидуальную и групповую идентичность. Возникает целый ряд основополагающих вопросов к данной теме: насколько современные социологические и социально-психологические методы подходят для анализа новых форм социальности, или мы нуждаемся в коренном пересмотре прежней методологии, ориентированной на привычные формы институциональности? Будут ли достоверны новые типологии стратификационных и идентификационных процессов, происходящих внутри казахстанского общества в отсутствие критической массы эмпирических данных? Насколько адекватны будут новые закономерности и типологии для общества, эклектично соединяющего институциональные матрицы аграрного (кочевого), индустриального и постиндустриального (информационного) общества? И, наконец, проблематика, методологические подходы к которой мы попытаемся раскрыть в данной статье: каким образом и в каком направлении новая социальность, генерируемая культивируемыми трендами информационного общества, трансформирует нашу идентичность, в том числе этническую?

Когда мы говорим о постепенной трансформации привычных классических социальных институтов под воздействием интернетизации и сетевизации общества, то мы имеем в виду не только процесс децентрализации и деиерархизации вертикальных бюрократических общественных институтов. Кристаллизация новых горизонтальных социальных взаимодействий – это не просто новый вид коммуникации, порождающий новые виртуальные сообщества, но стремление отдельных людей реализовать свои потребности, зафиксировать ценностные нормы и ориентации в коллективной идентификации. Трансформации нашей социальности в сторону разрушения привычных коллективистских институциональных кодов и все большей индивидуализации вызывают острую потребность в признании ценности групповых идентификационных проектов, одним из которых являются сетевые сообщества. Разумеется, эти слабо оформленные интенции новой социальности относятся к определенной части нашего социума, являющего малочисленной урбанизированной прослойкой, имеющей явную тенденцию к росту. Тем не менее, трансформации моделей социальности под воздействием ИКТ, рассматриваемые такими ведущими западными исследователями Интернета и информационного общества, как М. Кастельс, П. Друкер, Ф. Уэбстер и др., соотносимы с теоретическим дискурсом и реалиями западных обществ. Данные обобщения, пусть и подкрепленные эмпирическими исследованиями, не могут быть некритически экстраполированы в казахстанский дискурс.

Авторы, анализирующие реалии российского общества, схожего с казахстанским по социальной структуре, ценностным и стратификационным аспектам, считают, что новая форма коммуникации между различными социально-экономическими институтами создает иное, параллельное пространство. Психологическое объяснение феномена сетевого сообщества, по их мнению, заключается в том, что сетевые структуры удовлетворяют потребности людей в социальной защищенности, личных, неформальных отношениях, чувстве групповой иден-

тичности. На их основе формируется новый тип социально-профессиональных групп [1]. Представляет ли опасность этот нарождающийся феномен новых сообществ и генерируемой ими социальности, пусть и со временем, для целостности национальной идентичности, строительство и формирование которой определяется как ключевая задача стратегического документа «Казахстан-2050»? Рассмотрим научно-теоретические аспекты субъективного и объективного толкования идентичности, ее отношения с социальными трансформациями, вызванными новыми моделями информационного влияния.

Субъективное толкование идентичности присуще большинству западных философов. Так, Э. Фромм говорит о чувстве идентичности. «Потребность испытывать чувство идентичности, – пишет он, – вырастает из самих условий человеческого существования, и является источником наиболее сильных стремлений» [2, с. 64]. «Идентичность, безусловно, является ключевым элементом субъективной реальности», – заявляют представители феноменологической социологии П. Бергер и Т. Лукман [3, с. 279]. Согласно авторам, источником идентичности является не сама по себе субъективность, а субъективность во взаимосвязи с общественным целым: «Идентичность формируется социальными процессами. Однажды выкристаллизовавшись, она поддерживается, видоизменяется или даже переформируется социальными отношениями. Социальные процессы, связанные с формированием и поддержанием идентичности, детерминируются социальной структурой. И наоборот, идентичности, созданные благодаря взаимодействию организма, индивидуального сознания и социальной структуры, реагируют на данную социальную структуру, поддерживая, модифицируя или даже ее переформируя» [3, с. 279]. Аналогична и трактовка идентичности С.П. Хантингтоном: «Идентичность – самосознание индивида или группы. Она представляет собой продукт самоидентификации, понимания того, что вы или я обладаем особыми качествами, отличающими меня от вас и нас от них. Идентичность присуща даже новорожденному, у которого она определяется такими

признаками, как пол, имя, родители, гражданство... Идентичность важна потому, что определяет поведение человека. Если я считаю себя ученым, я буду вести себя соответственно этому представлению. Однако индивиды склонны менять идентичности» [4, с. 50]. Тем не менее, как нам представляется, человек, считающий себя ученым и ведущий себя сообразно данному образу, может на деле таковым и не быть. Следовательно, идентичность, толкуемая как продукт самосознания, может быть как адекватной, так и неадекватной, иллюзорной.

В процитированном фрагменте также заметны некоторые несоответствия. Если идентичность – форма самосознания и продукт самоидентификации, то на чем она основывается? К примеру, взять новорожденного, у которого, разумеется, отсутствует не только самосознание, но и вообще сознание, то откуда у него идентичность? Разомкнуть этот порочный круг, очевидно, возможно лишь допустив, что существует объективная социокультурная идентичность, точнее, целая система идентичностей, которая и является основанием для формирования субъективной идентичности – продукта самоидентификации, по верной характеристике С. Хантингтона.

Каковы же особенности феномена идентичности, понимаемой в социально-философском и т. п. смысле? В.С. Малахов пишет: «Идентичность есть не свойство (т. е. нечто присущее индивиду изначально), но отношение. Она формируется, закрепляется (или, напротив, переопределяется, трансформируется) только в ходе социального взаимодействия» [5, с. 48]. Свойства формируются и обнаруживаются лишь во взаимоотношениях. Понятно, что в условиях сетевого онлайн-взаимодействия выявить социально-психологические изменения, влияющие на идентичность, представляется крайне затруднительным. Несомненно и то, что в этом случае нужны новые методики экспериментальных и полевых исследований, отличающиеся от обычных офлайн-методик.

По поводу того, дана или же не дана индивиду изначально его идентичность, можно сказать следующее. Одни формы идентичности действительно меняются, трансформируются,

утрачиваются и т. д. Это к ним применимы слова С. Хантингтона: «Идентичности в общем и целом представляют собой конструкторы. Люди конструируют собственные идентичности, занимаясь этим кто по желанию, кто по необходимости или по принуждению» [4, с. 51]. И то нельзя утверждать, что конструирование это всецело исходит от индивидов. Данного рода идентичности связаны с существованием в социуме социальных, профессиональных и иных ролей, статусов и тому подобных градаций, которые индивиды застают уже имеющимися, т. е. объективно существующими и потому конструируют свои идентичности в соответствии с этими ролями, статусами и т. д. Но существуют и такие идентичности, которые даны человеку изначально, то есть фактом его появления на свет и существования. Для аргументации можно в качестве примера взять историческое время. Человек рождается внутри определенной культуры, находящейся на определенной стадии развития. Скажем, в Италии в эпоху Ренессанса или в монгольской степи времен Чингисхана в XIII в. Кем бы он ни был по своему сословию, уровню образованности и т. д., он не может объективно идентифицировать себя с человеком будущего или далекого прошлого. Разве что только в случае психопатических отклонений, или же, если данный индивидум – игрок, актер, играющий соответствующую роль. И то он может играть лишь то, что есть сегодня или же было представлено в культурно-историческом опыте прошлого.

Категория идентичности, отмечает В.С. Малахов, выражает не свойство, а отношение. Идентичность обнаруживает себя в процессах ее установления, то есть в процессах идентификации. Эти процессы осуществляются только индивидами, а не общностями, группами или обществом в целом. В.С. Малахов прав, когда пишет: «Общество, в отличие от личности, не имеет качества субъективности» [5, с. 47]. Групповая, национальная и т.п. идентичность определяется представителями самих этих групп или наций по отношению к себе (самоидентификация) или по отношению к другим (иноидентификация). Идентификация и самоидентификация могут формироваться двояко:

1) через установление отличия от другого (других) и 2) через установление принадлежности к чему-то более объемлющему – к группе, этносу, нации и т. д. Но, в принципе, это лишь два аспекта одного и того же, так как во втором случае устанавливается отличие своей общности от другой. Бесспорен и тот факт, что идентификация как установление отличия себя от других в пространстве социальных сетей крайне затруднена.

В каждом социокультурном целом существует не только система разного рода идентичностей, но также и иерархия их внутри этой системы. Причем данная иерархия или, по крайней мере, отдельные ее составляющие, как правило, обладают ценностной атрибутикой и характеризуются разным престижем. И каждый индивид обладает не одной, а многими идентичностями; он, как выражаются некоторые авторы, – полиидентичен. Более того, в процессе своей жизнедеятельности он может приобретать новые идентичности и утрачивать прежние или просто освобождаться от них. В связи с ценностным характером идентичностей случается, что индивид может обладать такими идентичностями, которыми он, возможно, предпочитал бы и не обладать. Именно ценностный характер идентичности актуализируется в интернет-пространстве, когда становится возможным камуфлирование ценностно негативных идентичностей или симулирование других, обладающих в данном социокультурном офлайн-контексте высоким ценностным статусом. Псевдоидентичность и многониковость (от англ. *nickname* – прозвище, кличка; когда пользователь скрывается за несколькими именами, разными фото и аватарами, регистрируясь в различных сетевых сообществах и имея несколько аккаунтов) как отражение стремления к субъективному конструированию в виртуальном пространстве собственной идентичности стали достаточно привычным свойством-отношением, одним из социально-психологических оснований построения социальных сетей. И как раз в такого рода сетевых идентификациях становится крайне затруднительным или невозможным отличить копию (симулякр) от оригинала. В связи с этим актуализируется второй идентифи-

кационный тип, устанавливающий коммуникационные связи посредством принадлежности к этносу или нации, поскольку установление отличий своей этнической общности от другой представляется массовому сознанию изначально ясным и исторически аргументированным.

Интернет-пространство дало возможность свободно размышлять и дискутировать о социальных условиях существования, их эволюции. Кто-то занимается голым теоретизированием в сетях, кто-то грезит о революционных изменениях, пытаясь спровоцировать и запустить механизмы ретрайбализации. Как бы то ни было, социальные сети во многом становятся местом рождения новых идей и выражения сублимированных и неартикулированных интенций индивидуального и группового сознания. Растет прослойка критически мыслящих людей – интеллектуалов-блоггеров, гражданских активистов, модераторов социальных сетей и т. д., использующих атмосферу культурного плюрализма для пропаганды собственных идей по общественному переустройству. В западной социологии теория, объясняющая данный феномен, носит название «рефлексивной модернизации». Ее авторство приписывается сразу нескольким маститым ученым – У. Беку, Э. Гидденсу, Ю. Хабермасу. И здесь не столь важно, кому из них принадлежит первоавторство в теории, сколько фокусировка внимания на общей тенденции, выявленной этими учеными, и заключающуюся в том, что ключевым мегатрендом трансформации социальности в XXI в. становится индивидуализация. Человек начинает нести персональную ответственность в формировании собственной идентичности и биографии, что означает частичную утрату или даже полный разрыв традиционных связей. Но данный процесс входит в противоречие с актуализацией этнокультурной идентичности в сознании многих новых независимых государств постсоветского пространства. Этнокультурная идентичность центрально-азиатских и большинства кавказских республик, тяготеющих к коллективистским формам социальности, начинает воспроизводить архетипические социальные практики, как способ самозащиты и самосохранения. В западной социологии этот процесс

носит название ретрайбализации – ответной реакции на процесс деколлективизации в «глобальной деревне» [6]. В нашем случае основные причины становления характерного для современной казахской идентичности гипервыраженного типа этноидентичности связаны, в первую очередь, с кризисом этнической идентичности казахов, вызванного процессом деколлективизации и детрайбализации. Кризис этнической идентичности и, что еще важнее, самоидентичности, проявляется, прежде всего, в повышении в сознании индивида и этнической общности значимости этноидентичности по сравнению с другими формами индивидуальной и групповой идентичности. Повышенное внимание к собственной этнической идентичности и к своей этнической культуре обостряет чувства «мы – они» и повышает самооценку, т. е. оценку своих обычаев, стереотипов, ценностей, языка, символики и т. д. При этом включаются механизмы генеалогической самозащиты и самосохранения этноидентичности. Такое сосредоточение внимания на себе неизбежно сопровождается противопоставлением себя другим этносам, чьи стереотипы, образ жизни, ценности и символы явно или неявно, осознанно или неосознанно наделяются отрицательными характеристиками. Следовательно, начало кризиса этнокультурной идентичности – это повышенное внимание, «зацикливание» на этой идентичности в целях самосохранения. «Зацикливание» это произрастает на почве культурно-исторических, экономических, социально-психологических и идеологических факторов. Причем наибольшую актуализацию этнокультурной идентичности придают социальный фон и экономические факторы, детерминирующие степень выраженности подобного «зацикливания». Чем более неустроен и невежественен человек, чем меньше у него шансов на успешную социализацию и интеграцию в чужеродной среде, определяемой трендами «глобальной, всемирной деревни», тем более выражен его внутренний разлад и стремление подключить ресурсы самозащиты, придавая социальной проблематике этническую окраску.

Не будем останавливаться на культурно-исторических причинах кризиса и становления гипервыраженного типа ка-

захской этнической идентичности. Воспримем это как социально-историческую данность – объективную идентичность, во взаимном отношении с которой кристаллизуется субъективная идентичность индивидуума. Таким образом, модели социальных отношений, несущие в себе социокультурные коды этнической идентичности, которая продолжительное время подавлялась, провоцируют воспроизводство и доминирование архаических институциональных матриц, определяющих тип социальности. В соответствии с этим выводом отметим, что сущностные формы, «присущие одной институциональной матрице, не могут быть эффективны в обществе с другим типом такой матрицы. Именно этим объясняется неудача реформ, сводящих модернизацию к насаждению институций, присущих более развитым государствам» [7, с. 56].

В самом деле, когда мы берем в качестве наглядного примера процессы вытеснения, сглаживания этнической идентичности в социальных сетях, имея в виду, что она перестает доминировать в «информационном обществе», теряет свою социализирующую функцию, мы должны ясно представлять, что «такой подход скорее характерен для англосаксонской протестантской культуры с ее «зацикливанием» на равенстве и правах человека [8]. На наш взгляд, взаимодействие Интернета с незападными культурами развивающихся стран, напротив, обнажает этнические противоречия, нисколько не нивелируя их. Частично это объясняется тем, что в казахстанском обществе крайне актуализирована проблема языка, а интернет-общение и дальнейшее конструирование субъективных идентичностей в первую очередь идет при помощи языка и текста. Тем не менее, трудно отрицать, что на молодых людей, во многом уже западноориентированных благодаря глобализации и Интернету, с самого рождения обрушивается релятивистский кодекс постмодернистского общества с его гедонистической моралью ежеминутных удовольствий, космополитизмом, жизнью в кредит, рисками, нестабильностью, индивидуальной ответственностью и рыночным принуждением. Современная молодежь уже достаточно ясно представля-

ет, чего она хочет, осознанно или неосознанно включая механизмы социальной рефлексии модернизационных процессов. Новое интернет-поколение хочет «всего и сразу» – как в ярких картинках голливудских, а теперь и болливудских (индийских, имеющих ошеломляющий успех в развивающихся странах) фильмах. При этом этнокультурные и национальные приоритеты в ценностной иерархии отходят на второй план. Происходит формирование новых идентичностей, где этнокультурная идентичность постепенно теряет свои позиции под напором глобальных, космополитических тенденций.

Согласно данным республиканского социологического опроса, проведенного по заказу Института философии, политологии и религиоведения [9], более 81% опрошенных казахстанцев используют Интернет для выполнения различных конкретных задач и офлайн-контактов в контексте реальной жизни. Из них 40% – для работы и учебы, а 41% – для поддержания дружеских и родственных контактов. На компьютерные игры тратит свое время 3,4% респондентов (следует учесть, что в опросе участвовали респонденты возрастом от 18 лет, т. е. в число опрошенных не попали подростки). Менее 1% отслеживает политические новости, ищет необходимую информацию и совершает интернет-покупки. Учитывая, что ищет новые контакты и общение в социальных сетях около 10,3% опрошенных казахстанцев, можно составить представление о реальной активности интернет-аудитории.

Данные нашего социологического опроса практически совпадают с данными американских социологов 12-летней давности, в которых указывалось, что более 85% случаев использования Интернета приходится на электронную почту, основной функциональный объем которой связан с рабочими задачами и контактами с родными и друзьями в реальных условиях [10]. Конструирование идентичности в сетевых онлайн-овых взаимодействиях составляет лишь небольшую часть системы социальных связей, основанной на Интернете. К сожалению, мы пока не располагаем детальными данными о состоянии проблематики информационного неравенства – по областям и

городам Казахстана. Тем не менее, ссылаясь на данные того же опроса [9], мы можем констатировать, что количество респондентов, не пользующихся Интернетом, на селе более чем в два раза превышает количество опрошенных в Алматы и Астане. Также мы располагаем данными о том, какому источнику информации более всего доверяют казахстанцы. Оказалось, что доверяют: веб-сайтам правительства РК – 6,5%; сайтам мировых информагентств – 8,5%; негосударственным сайтам – 2,2%; социальным сетям Facebook, Twitter, Одноклассники и др. – 3,6%; радио, телевидению, газетам и журналам – 53%; друзьям, соседям, родственникам – 10,3%. Мы видим, что с огромным отрывом лидируют традиционные СМИ, что подчеркивает примерно 10–15-летнее отставание от передовых стран в области внедрения и использования ИКТ.

Следовательно, говорить об устойчивых тенденциях проникновения виртуально-информационных трендов современности пока еще преждевременно. Тем более преждевременным было бы говорить об устойчивых изменениях социальности или этнокультурной идентичности под воздействием онлайн-пространства. Для этого должны созреть условия – социальное благополучие, уровень образования, глубина проникновения ИКТ в повседневную жизнь населения городов и аулов, офлайн-активизация ростков гражданского общества, формирующихся в сетевых сообществах интернет-пространства и т. д.

Сетевые сообщества, объединенные профессиональными и жизненными интересами, новыми стилями, не укорененными в офлайн-среде, пока не в состоянии противостоять этнокультурным идентификационным сценариям. Тем не менее, можно с полной уверенностью говорить о ростках новой социальности, формирующейся в онлайн-среде, с выходом в офлайн-пространство, т. е. мы имеем дело с установлением новых социальных границ не только в виртуальном мире, но и со стратификационным перераспределением в реальном мире.

Так, ведущий специалист в области интернет-исследований, М. Кастельс, считает, что социальная практика является продол-

жением жизни как таковой, во всех ее измерениях и модальностях. Более того, даже в ролевых играх и в неформальных чатах реальная жизнь оказывает определяющее влияние и на характер онлайн-взаимодействия. Основная часть имеющихся данных не подтверждает мнение, согласно которому, использование Интернета ведет к ослаблению социального взаимодействия и усугублению общественной изоляции. На нашем примере мы разделяем мнение американского социолога испанского происхождения относительно прямой связи между офлайн- и онлайн-социальностью. Общий вывод Кастельса таков: изучение социального взаимодействия в Интернете и его посредством должно быть помещено в контекст трансформации моделей социальности в нашем обществе [11, с. 151–160]. Хотя в виртуальном пространстве мы имеем дело с разноскоростными процессами деэтнизации, тем не менее, для развивающихся стран, актуализирующих процессы этнокультурной идентификации, данный вид идентичности остается наиболее значимым, хотя и проявляется достаточно противоречиво.

Значение, которое придает возрождению языка казахская этнокультурная идентичность, размывается в глобальном интернет-пространстве. Противоречивость проявляется и в том, что казахского языка пока нет в списке языков интерфейса популярных сайтов, что также вызвано наступлением американизированного информконтента, нивелирующего этнокультурные критерии «слабых» стран. Западноориентированная часть казахстанской молодежи уже не испытывает проблем с восприятием массивифицированных, англоязычных социокультурных моделей новой усредненной, космополитической идентичности. К тому же, пока рано говорить о рождении новой онлайн-идентичности, которая бы активно воздействовала на транзитную офлайн-социальность казахстанского общества. Скорее, нам необходимо задуматься о преодолении социального и информационного неравенства реальной жизни, и уже в контексте его решения конструировать наше отношение к сетевому общению, изменяющему нормы и ценности нашей повседневности.

Литература

1. Таратухина Ю.В., Мальцева С.В. Сетевые сообщества: коммуникационные аспекты // Автоматизация и современные технологии. – 2008. – № 2.
2. Фромм Э. Человеческая ситуация – ключ к гуманистическому психоанализу // Человеческая ситуация. – М.: Смысл, 1995.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. – М.: Academia-Центр, 1995.
4. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. – М.: АСТ, 2004.
5. Малахов В.С. Неудобства с идентичностью // Вопросы философии. – 1998. – № 2.
6. Маклюэн М. Война и мир в глобальной деревне. – М.: АСТ: Астрель, 2012.
7. Соколова Д.М. Субстанциональная и коммуникативная модели социальности: сравнительный анализ // Известия Саратовского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. – 2012. – Т. 12. – Вып. 3.
8. Nakamura, L. Cybertypes: Race, Ethnicity and Identity on the Internet. – New York: Routledge, 2002.
9. Научно-исследовательская ассоциация «Институт демократии» в ноябре 2012 года по заказу ИФПР КН МОН РК провела социологическое исследование интернет-аудитории в Казахстане. Опрос был проведен во всех областях Республики Казахстан, а также в городах республиканского значения Астана и Алматы. Выборка репрезентировала взрослое население Казахстана старше 18 лет по полу, возрасту, национальной принадлежности, уровню образования и месту проживания – по типу населенных пунктов.
10. Howard, P.E. Days and Nights on the Internet: The Impact of Diffusing Technology / P.E. Howard, L. Rainie and S. Jones. In American Behavioral Scientist. – 2001. – Vol. 45.
11. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У-Фактория, 2003.